https://doi.org/10.22067/jgrd.2021.49389.0

Investigating and Analyzing the Impacts of the Development of Information and Communication Technology on the Change of Social Identity in Rural Areas (Study Area: Shandiz Dehistan, Tarqabeh-Shandiz County)

Homa Bataghva Sarabi
MA in Geography and Rural Planning, Department of Geography, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Tahereh Sadeghloo[1]
Associate Professor in Geography and Rural Planning, Department of Geography, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Khadijeh Bouzarjomehri
Associate Professor in Geography and Rural Planning, Department of Geography, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Mohsen Noghani Dokht Bahmani
Associate Professor in Sociology, Department of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Received: 5 November 2020 Revised: 11 January 2021 Accepted: 18 April 2021

Abstract
This study was conducted with the aim of investigating the impact of information and communication technology on the change of 3 spatial-spatial, socio-cultural and economic dimensions of social identity in 12 villages of Shandiz district. This research is applied-developmental in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of the research method. The unit of analysis is the village household and the statistical population includes heads of households in the studied villages with a size of 281 households. In order to analyze the data obtained from completing the questionnaire through Excel and SPSS software, Spearman, Yeoman-Whitney correlation test, regression and path analysis were used and GIS software was used to show the spatial distribution of the studied villages. The results showed that the use of information and communication technologies is less than average and based on the t-test of two independent samples, the development of information and communication technologies in the study area has played a role in changing the social identity of the villagers. So the measures in the socio-cultural dimension for women, an average of 3.08 and for men, an average of 2.93, in the spatial-spatial

1. Corresponding author. Email: tsadeghloo@um.ac.ir

dimension for men, an average of 3.06 and for women an average of 3.05, and in the economic dimension, an average rank of 134.6 for men and 147.4 for women were obtained. Moreover, the path analysis test showed that among the four indicators studied, television with a rate of 0.384 has the most impact and the Internet index with a rate of (0.118) has the least impact on the rate of social identity change of respondents in the rural areas under study. Considering the obtained result, it can be stated that information and communication technology has been able to bring about changes in the social identity of rural areas.

Keywords: Rural Development, Information and Communication Technology, Social Identity, Shandiz District

https://doi.org/10.22067/jgrd.2021.49389.0

مقاله پژوهشی-مطالعه موردی

مجلّهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای، سال بیست و یکم، شمارهٔ ٤، زمستان ١٤٠٢، شمارهٔ پیاپی ٤٥

بررسی و تحلیل اثر توسعهٔ فناوری اطلاعات و ارتباطات و تغییر هویت اجتماعی در نواحی روستایی (منطقهٔ موردمطالعه: دهستان شاندیز از توابع شهرستان طرقبه-شاندیز)

هما باتقوا سرابی (دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

hm.bataghva@gmail.com

طاهره صادقلو (دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، نویسنده مسئول)

tsadeghloo@um.ac.ir

خدیجه بوزرجمهری (دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

azar1334@gmail.com

محسن نوغانی دخت بهمنی (دانشیار جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

noghani@um.ac.ir

صص ٢٨ ـ ١

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تغییر سه بعد فضایی-مکانی، اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی هویت اجتماعی در ١٢ روستای دهستان شاندیز انجام شد. تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش انجام تحقیق، توصیفی-تحلیلی بود. واحد تحلیل خانوار روستا بود و جامعه آماری شامل سرپرستان خانوار در روستاهای موردمطالعه با حجم ٢٨١ خانوار بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از تکمیل پرسش‌نامه از نرم‌افزارهای اکسل و SPSS از آزمون‌های همبستگی اسپیرمن، یومن ویتنی، رگرسیون و تحلیل مسیر و همچنین برای نمایش توزیع فضایی روستاهای موردبررسی روی نقشه از نرم‌افزار GIS استفاده شد. نتایج بیانگر این است که میزان استفاده از فناوری‌های

تاریخ دریافت: ١٣٩٩/٠٨/١٥ تاریخ بازنگری: ١٣٩٩/١٠/٢٢ تاریخ تصویب: ١٤٠٠/٠١/٢٩

اطلاعاتی و ارتباطی کمتر از حد متوسط است و براساس آزمون تی دو نمونه مستقل، توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در منطقه موردمطالعه در تغییر هویت اجتماعی روستاییان تا حدودی نقش داشته است؛ به‌طوری‌که در بعد اجتماعی-فرهنگی برای زنان میانگین ۳/۰۸ و مردان میانگین ۲/۹۳، در بعد مکانی–فضایی برای مردان میانگین ۳/۰٦ و برای زنان میانگین ۳/۰۵ و در بعد اقتصادی برای مردان میانگین رتبه‌ای ۱۳٤/٦ و برای زنان ۱٤۷/٤ را نشان می‌دهد. همچنین آزمون تحلیل مسیر نشان داد که بین شاخص‌های چهارگانه موردبررسی، تلویزیون با میزان ۰/۳۸٤، بیشترین تأثیرات و شاخص اینترنت با میزان ۰/۱۱۸، کمترین تأثیر را بر میزان تغییر هویت اجتماعی پاسخ‌گویان مناطق روستایی موردمطالعه به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به نتیجهٔ به‌دست‌آمده می‌توان اظهار کرد که فناوری اطلاعات و ارتباطات توانسته است تغییراتی را در هویت اجتماعی نواحی روستایی به وجود آورد.

واژگان کلیدی: توسعه روستایی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، هویت اجتماعی، دهستان شاندیز.

۱. مقدمه

امروزه در راهبردهای توسعه‌ای بسیاری از کشورهای جهان جایگاه خاص و ویژه‌ای به توسعه فناوری اطلاعات در سطح ملی اختصاص یافته است (تری و گومز[1]، ۲۰۱۰ صص. ۱-۱٤). پژوهشگران توسعه روستایی تحقق توسعه را نیازمند راه‌اندازی پروژه‌هایی می‌دانند که زمینه‌ساز منافع طولانی‌مدت و پایدار جوامع روستایی باشد؛ ازجمله این پروژه‌ها می‌توان به توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات[2] (ICT) اشاره کرد که ازجمله اساسی‌ترین استراتژی‌های ملی و بین‌المللی برای دستیابی به توسعه اقتصادی-اجتماعی، از طریق حمایت از کاهش فقر، افزایش بهره‌وری کسب‌وکار، تسریع رشد اقتصادی و بهبود پاسخ‌گویی و راهبری در هر جامعه‌ای هستند (منگ[3] و همکاران، ۲۰۱۲، صص. ۱-۹)؛ بنابراین از فناوری اطلاعات و ارتباطات نه‌تنها به‌عنوان ابزار تسهیل‌کننده، بلکه به‌عنوان ابزاری توانمندساز در راستای دستیابی به اهداف توسعه یاد شده است (زارعی و مرآتی، ۱۳۸۷، ص. ۱۸۷)؛ با وجود این، در کنار اثرات مثبت توسعه فناوری‌های

1. Terry & Gomez
2. Information and Communication Technology (ICT)
3. Meng

اطلاعات و ارتباطات، جامعه روستایی نظیر سایر جوامع، درمعرض تغییر و دگرگونی قرار گرفته است و ابعاد زندگی مردم این جامعه تحت‌تأثیر فرایندهای جهانی همچون فناوری اطلاعاتی و ارتباطی، دستخوش تغییرات و دگرگونی‌های عمیقی شده است. یکی از مهم‌ترین این ابعاد، جنبه هویتی به‌ویژه هویت اجتماعی آنان است که با توجه به تغییرات به‌وجودآمده در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی، دچار چالش عمیق شده است (بذرافشان و رفیعی کته‌تلخ، ۱۳۹۲، ص. ۳). هویت افراد در جریان ارتباطات و تعاملات اجتماعی و در طول تاریخ زندگی افراد شکل می‌گیرد. صاحب‌نظران در زمینه تعاملات اجتماعی، نقش فضاهای زیستی را در ایجاد تعاملات اجتماعی مؤثر می‌دانند (قنبران و جعفری، ۱۳۹۳، ص. ٦١). فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند با ایجاد جهش در انتقال اطلاعات و ارتباطات، روستاها را از حالت انزوا خارج کند و با از بین بردن مرزهای سنّتی بین شهر و روستا نقش مؤثری در توسعه روستایی و ایجاد تعادل و توازن بین شهر و روستا و یکپارچگی آن‌ها داشته باشد، اما در کنار این توسعه، رشد شهرنشینی از پدیده-های اخیری هستند که به تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها و نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر شده و تغییرات هویتی، به‌ویژه برای جوانان در مناطق روستایی ایجاد کرده است (نوابخش و همکاران، ۱۳۹۲، ص.۳۷)؛ بنابراین جامعه روستایی به‌عنوان یک اجتماع محلی که تاکنون در طول تاریخ به‌صورت نسل به نسل و سینه‌به‌سینه به هویت‌سازی اجتماعی مستقلی با عنوان هویت روستایی رسیده است، در شرایط موجود به‌واسطه توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و ورود هویت‌های بیرونی، زمینه تعارض در هویت اجتماعی را تجربه می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱، ص. ٦).

دهستان شاندیز از توابع شهرستان بینالود استان خراسان رضوی، ازجمله مناطقی است که به علل مختلفی نظیر توسعه گردشگری، نزدیکی به شهر مشهد و همچنین توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، به‌شدت درحال‌توسعه و تغییر ارزش‌های بومی و هویت روستایی خود است؛ بنابراین مطالعه حاضر به دنبال بررسی این مسئله است که از میان عوامل یادشده، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی چه اندازه در این تغییر نقش ایفا می‌کنند. سؤال اصلی تحقیق این است که توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در منطقه موردمطالعه تا چه اندازه در تغییر هویت اجتماعی روستاییان اثر داشته است؟

۲. پیشینه تحقیق

تاکنون پژوهش‌های متعددی درخصوص توزیع جغرافیایی فناوری اطلاعات و ارتباطات و نقش آن در تغییرات فرهنگی و اجتماعی جوامع انجام شده است، اما تحقیقات محدودتری درخصوص تأثیر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در تغییر هویت اجتماعی به‌ویژه در نواحی روستایی صورت گرفته که به‌صورت جداگانه در جدول ۱ به آن‌ها اشاره شده است.

جدول ۱. پیشینه مطالعات درباره فناوری اطلاعات و ارتباطات

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

نویسنده و سال	عنوان	نتایج
رفیعی کته‌تلخ (۱۳۸۹)	تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ شهرستان تربت‌حیدریه)	یافته‌های تحقیق نشان از تأثیرگذاری زیاد فضای مجازی شبکه‌های ماهواره‌ای بر هویت دینی جوانان روستایی، تغییر نقش‌ها، باورها و ارزش‌های سازگار فرهنگی و محیطی و به انفعال کشاندن جوانان در کارکردهای دینی و فرهنگی در جغرافیای زیست اجتماعی روستا دارد.
عزمی و قدیری معصوم (۱۳۸۹)	اثرات مثبت و منفی فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه روستایی	در این پژوهش ضمن تعاریف فناوری اطلاعات و ارتباطات از وضعیت اینترنت به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم فناوری اطلاعات و ارتباطات در ابعاد زیرساختی و آموزش و تحقیقات در نظر گرفته شد و به کاربردهای فناوری اطلاعات در روستاها پرداخته شد.
کوهی و حسنی (۱۳۹۱)	رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی	نتایج حاکی از آن است که بین استفاده از پایگاه‌های اینترنتی و ماهواره با هویت فردی و جهانی، رابطه‌ای مثبت و با هویت فردی و دینی رابطه‌ای منفی وجود دارد. همچنین بین استفاده از تلفن همراه و هویت فردی رابطه مثبت و بین استفاده از تلفن همراه و هویت دینی، قومی و خانوادگی رابطه منفی دیده می‌شود.
اشمیت[1] (۲۰۰٤)	هویت اجتماعی و هویت فرد در هفت کشور اروپایی	نتایج نشان داد که چگونه اجتماعی شدن در نهاد خانواده، قدرتمندترین عامل تعیین‌کننده برای شکل‌گیری و نهادینه شدن هویت اجتماعی در جوانان است.
سری کندی (۲۰۰۸)	بررسی فناوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی در کشور هندوستان	نتایج نشان داد که دیجیتالی شدن انتقال اطلاعات و ارتباطات بین نواحی شهری و روستایی سبب برقراری تعادل و توازن منطقه‌ای شده است.

1. Schmidt

نویسنده و سال	عنوان	نتایج
آرهش و شریفی (۲۰۱۳)	نقش فناوری ارتباطات و اطلاعات در توسعه اجتماعی–فرهنگی مناطق روستایی	نتایج نشان داد که رابطه معناداری بین استفاده از تلفن، رادیو، تلویزیون و اینترنت و تغییرات اجتماعی و فرهنگی وجود دارد.
نچ و لژون[1] (۲۰۰۹)	تأثیر فناوری اطلاعات بر هویت؛ چارچوب دستور کار تحقیق	نتایج نشان داد که هنوز محققان به اندازه کافی در این موضوع کاوش نکرده‌اند؛ به‌طوری‌که این پژوهش نقش و اهمیت هویت در اجتماع را نشان می‌دهد؛ زیرا درک بهتر از تحول اجتماعی ناشی از فناوری اطلاعات را نشان می‌دهد.
نچ و لژون (۲۰۱۰)	مقابله با چالش‌های فناوری اطلاعات نسبت به هویت: یک چارچوب نظریه‌ای	در این پژوهش یک چارچوب نظری منسجم که فرایندهای فناوری اطلاعات را تحت‌تأثیر هویت کاربران قرار می‌دهد، ارائه شده است. این چارچوب نشان می‌دهد که مقابله با چالش‌های فناوری اطلاعات در چهار سطح امکان بروز دارد: هویت مسلح، هویت دوباره تعریف، هویت دوسوگرا و ضد هویت.
نچ و لژون (۲۰۱۱)	مقابله افراد با چالش‌های فناوری اطلاعات نسبت به هویت: شواهد تجربی	هدف این پژوهش، ارائه مجموعه‌ای از الگوهای نظری است که به درک افراد از چالش‌های فناوری اطلاعات بر هویتشان پرداخته است. الگوی استفاده‌شده در حوزه سلامت پرونده الکترونیک از حوزه متخصصان و پرستاران و پزشکان است. این پژوهش در دو سطح نظری و عملی کار شده است.

با بررسی مطالعات در این زمینه و با توجه به مشاهده نشدن تحقیقی منطبق با موضوع در نواحی روستایی منطقه موردمطالعه، می‌توان بیان کرد که تحقیق حاضر می‌تواند با تعیین ابعاد سازنده هویت فضاهای روستایی و به‌ویژه هویت اجتماعی، نقش توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی را به‌عنوان اهرم انتقال‌دهنده ارزش‌ها و باورهای جدید به نواحی روستایی بیشتر بررسی کند.

۳. روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و براساس ماهیت، توصیفی–تحلیلی بود. برای گردآوری داده‌ها، از روش‌های کتابخانه‌ای (اسنادی) و میدانی (پرسش‌نامه و مشاهده) بهره گرفته

1. Nach & Lejeune

شد. بعد از گردآوری اطلاعات و مطالعه پایه‌های نظری مرتبط با موضوع، متغیرها و شاخص‌های تحقیق استخراج شد و مبنای تدوین پرسش‌نامه در قالب شاخص‌های دو متغیر هویت اجتماعی در قالب ۳ بعد و متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل ٤ ابزار و در قالب دو شاخص کاربرد و دسترسی قرار گرفت. روایی و پایایی پرسش‌نامه توسط ۳۰ پرسش‌نامه تکمیل‌شده خبرگان و اساتید حوزه مطالعات روستاییان و IT آزمون شده است که بر این اساس روایی از طریق خبرگان و اعتبار محتوا تأیید شد. درخصوص پایایی پرسش‌نامه نیز با توجه به میزان آلفای کرونباخ به‌دست‌آمده برای تمامی متغیرها که بیشتر از ۰/۷ بود، می‌توان با اطمینان بیان کرد که سؤالات پرسش‌نامه از سازگاری درونی زیادی برخوردارند و پرسش‌نامه از قابلیت اعتماد یا پایایی لازم برخوردار است. نتایج این آزمون در جدول ۲ مشاهده می‌شود.

جدول ۲. ارزیابی آلفای کرونباخ شاخص‌های اصلی تحقیق

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

نوع متغیر	نام متغیر	تعداد شاخص‌ها	آلفای کرونباخ
متغیرهای مستقل تحقیق	کاربرد ابزارهای فناوری	۲٦	۰/۷۸
	سطح برخورداری و مهارت استفاده	۲۷	۰/۷٦
متغیرهای وابسته تحقیق	هویت مکانی فضایی	۱۱	۰/۸۲
	هویت اجتماعی فرهنگی	۹	۰/۷۱
	هویت اقتصادی	۹	۰/۸۱
مجموع		۸۲	۰/۸۷

براساس آنچه بیان شد، ابتدا پیشینه مطالعاتی تحقیق و ادبیات نظری موجود در حوزه متغیرهای اصلی تحقیق یعنی توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و متغیر دوم یعنی هویت اجتماعی بررسی شد و مبنای استخراج شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق قرار گرفت. در این تحقیق متغیر مستقل، ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل تلویزیون، اینترنت، ماهواره و تلفن همراه می‌شوند و متغیر وابسته هویت اجتماعی است که در سه بعد فرهنگی-اجتماعی، کالبدی-فضایی و اقتصادی، بررسی شده است.

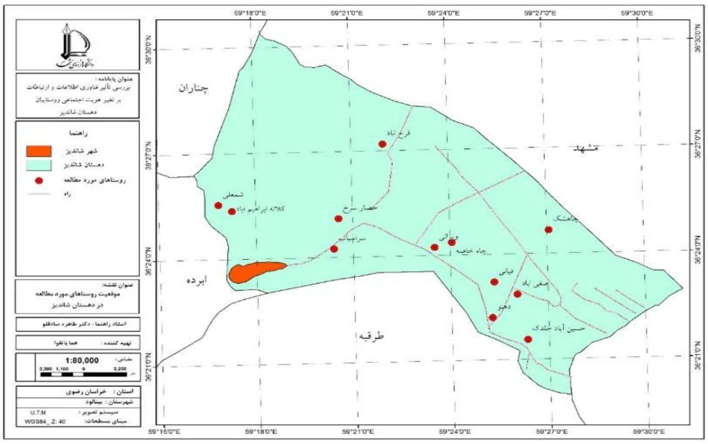
جدول ۳. متغیرها و شاخص‌های هویت مکانی-کالبدی اجتماعات روستایی

مآخذ: سیاوش‌پور و همکاران، ۱۳۹۳؛ زندیه و سامه، ۱۳۸۸؛ امین‌زاده، ۱۳۸۹؛ ابراهیمی، ۱۳۹۶؛ امینی فسخودی، ۱۳۸۹؛ سیفی آتشگاه، ۱۳۸۸؛ الهی، ۱۳۸۹؛ خواجه‌نوری و همکاران، ۱۳۹٤؛ رضوانی و فرهادی، ۱۳۹۳؛ نگارندگان، ۱۳۹٦

	متغیر	شاخص		متغیر	شاخص
بعد مکانی – کالبدی		رضایت مکانی	بعد فرهنگی، اجتماعی	زبان و گویش	نوع زبان خاص
		حس امنیت مکانی			نوع گویش خاص
		تمایل به معرفی خود به‌عنوان روستایی		باورهای مذهبی و اعتقادی	باورهای مذهبی
	کالبد و معماری	منظر روستا		رسوم و سنت‌ها	تنوع مذهبی
		مبلمان روستایی (صندلی، راهروهای مسقف و...)			نگرش یا جهان‌بینی (مادی‌گرایی، تعصب و...)
		تغییر و ایجاد کاربری‌های متنوع و متفاوت (دفاتر پیشخوان، بانک و...)			شیوه برگزاری اعیاد و مراسم سنتی نوروز، محلی و ازدواج و...
		مصالح، شکل‌ها، رنگ‌ها و بافت‌ها، معماری بناها		سبک زندگی	حضور در مکان روستا در زمان‌ها خاص مراسم
		محیط مصنوع و خوانایی با محیط بومی (هماهنگی محیطی)			وجود مراسم ویژه و مختص روستا
	کاربری اراضی	کاربری‌های بومی			الگوهای مصرف خاص (تغذیه، پوشاک و...)
		شکل فعالیت کاربری‌ها		ارتباطات و کنش‌ها	کالاهای مصرفی خانوار (یخچال، تلویزیون، ماشین و لوازم لوکس و تجملاتی)
بعد اقتصادی	پایه‌های اقتصادی	اقتصاد بومی مکان			مشارکت و سطح ارتباطات
	تغییر اقتصادی	نوع سرمایه گذاری‌ها			امنیت و ناهنجاری (اعتیاد، جرائم و...)
		نوع پس‌اندازها		ارزش‌های خانوادگی	شیوه حل مسائل (کدخدا محوری یا ریش‌سفید محوری)

		قیمت و ارزش دارایی‌ها (زمین)			طلاق و ازدواج (نوع همسرگزینی، سن ازدواج)
		جایگزینی فعالیت‌های اقتصادی (گردشگری، خدمات، حمل‌ونقل و...)			مسائل خانوادگی (اختلافات، تعداد فرزندان، خانواده‌های هسته‌ای و...)
		ورود مشاغل جدید			روابط خانوادگی و خویشاوندی و همسایگی
		شکل‌گیری اماکن تجاری جدید (فروشگاه‌های کالاهای مصرفی و لوکس و...)		مهاجرت	نقش‌ها و جایگاه‌های جنسیتی (تقسیم قدرت و...)
		وجود شرکت‌های ملی و بین‌المللی			انگیزه مهاجرت (شکل مهاجرت، جنسیت مهاجران و...)
	جهانی‌سازی اقتصاد	افزایش مراودات اقتصادی با فضاهای بیرونی		طبقات اجتماعی	تعداد و انواع طبقات
		ورود کالاهای برند و نامدار به روستاها			ارتباطات قومی و طایفه‌ای

جامعه آماری این تحقیق شامل تمام خانوارهای ساکن روستایی دهستان شاندیز بود که تعداد آن‌ها براساس آمار سال ۱۳۹۵ بالغ بر ٤۳۱۳ خانوار بود. دهستان شاندیز شامل ۱۸ روستا است که با حذف شهرک‌ها و روستاهای زیر۲۰ خانوار از این تعداد، ۱۲ روستا (سرآسیاب، شمعلی، کلاته ابراهیم‌آباد، فرخ‌آباد، ویرائی (نورآباد)، چاهشک، حسین‌آباد جلدک، صفی‌آباد، فیائی، دهنو، حصارسرخ، چاه خاصه،) با جمعیتی بالغ بر ٤۳۱۳ نفر به‌صورت تصادفی مبنای تعیین حجم نمونه و تکمیل پرسش‌نامه قرار گرفت. از طریق فرمول کوکران با خطای ٦ درصد، حجم نمونه ۲٦۲ خانوار به دست آمد که در روستاهایی کمتر از ۱۰ نمونه این مقدار به ۱۰ اصلاح و افزایش یافت و درمجموع تعداد کل نمونه به ۲۹٦ پرسش‌نامه خانوار اصلاح شد.



شکل ۱. نقشه منطقه موردمطالعه تحقیق

مأخذ: ترسیم نگارنده براساس نقشه پایه استانداری خراسان رضوی، ۱۳۹۰

٤. مبانی نظری تحقیق

فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) عبارت است از فرایند تولید، ذخیره‌سازی، پردازش، نشر، دستیابی، انتقال و تبادل اطلاعات از طریق ظرفیت‌های مخابراتی و رسانه‌هایی ازقبیل رادیو، تلویزیون و تکنیک‌هایی مانند رایانه و ارتباط تلفنی که استفاده از آن‌ها برقراری عدالت در دسترسی و استفاده عموم از منابع اطلاعاتی و امکان تعامل با سایر گروه‌ها را ممکن می‌کند (زارعی، ۱۳۹۳، ص. ۲۰). توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات بی‌شک دارای اثرات مهم و درخورتأملی در فضاهای روستایی است. با بهره‌گیری از دفاتر خدمات ارتباطات و فناوری اطلاعات روستایی، افزون بر اینکه سازمان‌ها می‌توانند خدمات خود را به‌صورت الکترونیکی به روستاییان عرضه کنند، از تردد روستاییان به شهرها برای استفاده از خدمات دولتی نیز می‌کاهند و موجب اشتغال، توسعه منابع انسانی، کمک به محیط‌زیست و مصرف بهینه منابع انرژی، در دسترس قرار گرفتن اطلاعات برای عموم (سری کندی[1]، ۲۰۰۸، صص. ٤٧٤-٤٨٢). کاهش هزینه‌های رفت‌وآمد (صیدایی و هدایتی‌مقدم، ۱۳۸۹؛ کامار[2]، ۲۰۰٦)، صرفه‌جویی در وقت (صیدایی و هدایتی‌مقدم، ۱۳۸۹؛ آیت و اعظمیان، ۱۳۹۰) و پاسخ‌گویی بهینه به نیازهای آنان،

1. Siriginidi
2. Ku1mar

آموزش و ارتقای سطح علمی روستاییان (آیت و اعظمیان، ۱۳۹۰؛ منگ و همکاران، ۲۰۱۲، صص. ۱-۹)، کوتاه کردن بروکراسی‌های موجود (زارعی،۱۳۹۳، ص.۵۳) و درنهایت موجب افزایش کارایی در همه شئون زندگی روستاییان خواهند شد. در کنار ویژگی‌های مثبت توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی، اثراتی منفی نیز قابل‌مشاهده است که ازجمله این اثرات می‌توان به تغییر هویت اجتماعی اشاره کرد. انقلاب ارتباطات و پیدایش روزافزون فناوری‌های نوین ماهواره‌ای سبب شده است که در اثر ارتباط، مردم به ظواهر جذاب این فناوری‌های نوین (ماهواره و اینترنت، موبایل، تلویزیون) جذب شوند به سمت بی‌تفاوتی نسبتاً شدید به هویت اصیل و سنتی خود تمایل پیدا کنند. به نظر می‌رسد مرحله بعدی حیات این نسل در راستای تداوم هویت بومی و سنتی آن‌ها میسر نیست و این امر در ابتدا به بحران هویت و سپس به تغییر هویتی می‌انجامد که نه‌تنها برای مردم، بلکه برای فرهنگ و هویت جامعه عواقب ناگواری به دنبال خواهد داشت (شکرخواه، ۱۳۷۹، ص. ۱۵).

٤. ۱. تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاییان

در فرهنگ آکسفورد، هویت به معنای یکسانی در کیفیت یا خصوصیات یا شرایط طبیعی، همانند بودن شخصی یا چیزی در همه زمان‌ها و همه شرایط طبیعی و تمایز و قابلیت تشخیص کسی یا گروهی از دیگری تعریف شده است. همچنین هویت اجتماعی به‌عنوان نمودی از تعلق فرد به یک جامعه و برخی از هویت‌های خردتر نظیر هویت جنسی، سنی، نژادی، قومی، مذهبی، طبقاتی، محلی، ملی و فراملی تعریف می‌شود (پیران، ۱۳۸٤، ص. ٦)، اما تعریف هویت روستا به‌عنوان یک هویت اجتماعی، براساس تعاریف موجود از روستا و پایه‌های شکل‌گیری مفهوم آن عبارت است از اینکه روستا پهنه‌ای جغرافیایی و واحد برنامه‌ریزی است که معیشت اکثر سکنه آن از دادوستد متقابل بین عوامل تجدیدپذیر طبیعی و رفتار انسان حاصل می‌شود، دارای نقش اصلی کشاورزی، دامداری، دامپروری، باغداری و نیز صنایع و خدمات وابسته است، سکونتگاه‌های کوچک و بزرگ و همگن واقع در آن پهنه، نام و نقشی جداگانه دارند و جای مشخص و نقش تکامل‌دهنده خاص خود را در مجموعه روستا دارا هستند. روابط اجتماعی و اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی معمولاً در عرصه‌های محدود و مشخص (با خصایصی نظیر مشارکت و اعتماد و ارزش‌های فرهنگی مشخص) جریان دارد و ساکنان روستایی هویت

اجتماعی مشترکی دارند که با نام روستا مشخص می‌شود (حسینی ابری، ۱۳۸۰، صص. ۱۱-۱۲)؛ بنابراین نقش مؤلفه‌های کالبدی و محیط فیزیکی را در شکل‌گیری این روابط ساده و پیچیده اجتماعی نمی‌توان نادیده گرفت (بهزادفر و طهماسبی، ۱۳۹۲، ص. ۲۰). هویت اجتماعی یک مکان در نتیجهٔ تعاملات اجتماعی بدون ثبات و چندگانه جاری در مکان و در طول زمان شکل می‌گیرد (مدنی‌پور، ۱۳۷۹، ص. ۳۶). و روستا به‌عنوان یک فضای زیستی با خصایص مکانی و اجتماعی ویژه خود از این قاعده مستثنا نیست. با گسترش فناوری‌ها و پیامدهای عمومی توسعه فناوری، توسعه اتوماسیون یا مکانیزاسیون و کاهش نقش کار یدی و فیزیکی انسان‌ها در فرایندهای تولید و کاهش اهمیت مرزها و فواصل مکانی(جهانی‌شدن)، باید اذعان کرد که اگر تعریف روستا به‌عنوان سکونتگاهی کوچک با اتکا به بخش کشاورزی در نظر گرفته شود و جامعه روستایی با روابط درونی و سنتی محکم و روابط بیرونی اندک فرض شود، دیگر چنین روستایی در آینده وجود نخواهد داشت. درواقع دوران مدرنیزاسیون را می‌توان به‌عنوان سرآغاز گسست و کم‌رنگ شدن توجه به ابعاد هویتی روستاها و زندگی اجتماعی روستاییان در نظر گرفت. رواج روزافزون فرهنگ‌های متعدد به دلیل احاطه جامعه توسط ابزارهای تکنولوژی است که باعث هجوم گسترده الگوها و فرهنگ‌های ناآشنا شده است؛ بنابراین امروزه هویت و ابعاد هویتی روستاییان را از بیرون می‌توان جست‌وجو کرد (بازیابی هویت از بیرون) (لطیفی و دبیری، ۱۳۸۹، ص. ۳٤). درخصوص هویت اجتماعی، دیدگاه‌ها و رویکردهای متخصصان و محققان بسیاری در حوزه‌های روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و معماری و فضا مطرح است که برخی از این رویکردها در جدول ٤ ارائه شده است.

جدول ٤. رویکردهای نظری موجود در زمینه هویت اجتماعی

مأخذ: ابراهیمی، ۱۳۹٦

رویکرد جامعه‌شناختی در هویت اجتماعی	
الف- کارکردگرایان ساختاری که معتقد به تأثیر شرایط ساختاری، اقتصادی و اجتماعی جامعه بر هویت هستند، نظیر دورکیم، ویرث، زیمل، گیدنز و... .	ب- دیدگاه کنش متقابل نمادین که در آن افراد نه به‌عنوان واحدهای بی‌اختیار، بلکه به‌عنوان اجزای بازاندیشنده و کنش کننده‌ای که هویت را می‌سازند مطرح هستند. برخی متخصصان این حوزه عبارت‌اند از: استرایکر، کولی، جنکینز، هربرتمید و... .

رویکرد روان‌شناختی در هویت اجتماعی
مکتب شیکاگو که هویت را برگرفته از علم رفتار می‌داند و به خصایصی نظیر تعلق، تعهد، آگاهی و... اشاره می‌کند. برخی متخصصان این حوزه عبارت‌اند از: پارک، تاجفل، اسمیت و جانسون و... .
رویکرد معماری و شهرسازی در هویت اجتماعی
در این رویکرد مکان به‌عنوان یک مجموعه دارای پتانسیل‌هایی برای جهت دادن به هویت اجتماعی ساکنین است. مکان‌ها تنها شامل محل‌های ویژه فیزیکی نیستند، بلکه پر از معانی نمادین، دلبستگی‌ها، ارزش‌های فرهنگی و سنتی نیز هستند که به مرور زمان شکل گرفته‌اند. برخی متخصصان این حوزه عبارت‌اند از: لینچ، رلف، راپاپورت، الکساندر، شامای، شولدز و... .

براساس آنچه بیان شد، می‌توان ابعاد سازنده هویت اجتماعات روستایی را تلفیقی از رویکردهای بیان‌شده و در سه بعد کلی زیر دسته بندی کرد:

٤. ۲. بعد مکانی–فضایی و کالبدی

مکان جایی یا قسمتی از فضا است که از طریق عواملی که در آن قرار دارند، صاحب هویت خاصی شده است؛ بنابراین هر شیئی که در یک مکان قرار می‌گیرد، نیازمند فضا است (پورمند و ریخته‌گران، ۱۳۸۵، ص. ۵۳). فضایی که دارای هویتی قابل‌ادراک و شناسایی است، می‌تواند در بیننده حس مکان را برانگیزد و میان مردم و مکان احساس تعلق به وجود آورد. هر فضا و مکان به‌عنوان منبع هویت است و گروه‌هایی را که در آن قرار می‌گیرند، هویت می‌بخشد (ربانی، ۱۳۸۱، ص. ۳۷)؛ بنابراین برقراری و استمرار روابط با کنشگران فضا، رکن اساسی در شکل‌گیری هویت مکانی است؛ بر این اساس، مکان سازنده بخشی از شخصیت و هویت افراد است که خود را با آن می‌شناسند و به دیگران می‌شناسانند (سادات‌حبیبی، ۱۳۸۷، ص. ٤٥). از طرفی ادراک، به مرور زمان و از طریق فعالیت‌ها و ارتباطات، شناخت و شکل‌گیری تصور ذهنی از مکان و درنهایت احساس نسبت به مکان برای افراد حاصل می‌شود و امتداد این احساس به تعلق به مکان و درنهایت به شکل‌گیری هویت منجر می‌شود (جوان‌فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰، ص. ۳۲).

٤. ۳. بعد فرهنگی–اجتماعی (فعالیت‌ها)

فرهنگ، مهم‌ترین و غنی‌ترین منبع هویت است و افراد و گروه‌ها همواره با توسل به اجزا و عناصر فرهنگی گوناگون هویت می‌یابند؛ به بیان دیگر، فرهنگ هم تفاوت‌آفرین و هم انسجام‌بخش است. این تفاوت‌ها و خاصیت‌ها امکان هویت‌یابی را فراهم می‌کنند و به زندگی

انسان‌ها معنا می‌بخشند (تاجیک، ۱۳۸٤، ص. ٤۹). درواقع، عواملی که در شکل‌گیری هویت اثر فراوان دارند، فرهنگ، جهان‌بینی و نگاهی است که انسان به خود و اجتماع دارد (روح‌الامین، ۱۳۸٤، ص. ۲٤). در این معنا هویت نیز در کنار توسعه معرفی می‌شود، گویا برای حل تعارض-های درونی دو مفهوم با یکدیگر، بر حفظ ویژگی‌های منحصربه‌فرد یک فرهنگ نیز تأکید می-شود؛ بنابراین هویت فرهنگی شامل مؤلفه‌های زیر می‌شود: زبان (زبان نوشتاری و زبان گفتاری)، دیانت (دین و مذهب)، جغرافیایی فرهنگی، تاریخ و حافظه فرهنگی (میراث مادی و معنوی)، نظام اجتماعی (نظام‌آموزشی، نظام خانواده، نظام‌اقتصادی، نظام فرهنگی، نظام سیاسی و حقوقی) (آشنا و روحانی، ۱۳۸۹، ص. ۱۵۹).

٤. ٤. بعد اقتصادی

یکی از ابعاد هویت‌بخش مکان‌ها، فعالیت‌هایی است که توسط ساکنان آن از گذشته تا به امروز پایه‌های اقتصاد فضا را تشکیل می‌دهند و جایگاه فضایی-مکانی را در سلسله‌مراتب سازمان فضایی شبکه سکونتگاهی و ارتباط آن را با سایر فضاها تعریف می‌کنند. چه بسیارند برخی از فعالیت‌ها که به‌طور ویژه در مکان‌های خاصی وجود دارند و به مکان ویژه جغرافیایی اختصاص دارند و به‌عنوان یکی از ارکان هویتی مکان خودنمایی می‌کنند؛ ازاین‌رو در این بعد، هویت اقتصادی به‌طور عام و خاص در بستر زمانی پژوهش شده است. ابعاد مدنظر در این راستا عبارت‌اند از: فعالیت‌های اقتصادی در بخش‌های سه‌گانه، جایگاه فعالیت‌های جدید همچون گردشگری، حمل‌ونقل و فعالیت‌های بخش چهارم در اقتصاد فضا، فعالیت‌های سنتی و صنایع دستی شامل گیوه‌بافی، قالی‌بافی، جاجیم‌بافی، گلیم‌بافی و غیره و فعالیت‌های ویژه و یا بومی موجود در هر مکان (پوراحمد، ۱۳۸۹، ص. ۲٤). آنچه تغییر هویت اقتصادی معنا می‌یابد، تغییرات رخ‌داده در هریک از این ابعاد به‌واسطه عوامل مختلف، شکل‌گیری الگوهای اقتصادی جدید در فضا که نأمانوس با سابقه بومی آنجاست و به‌ویژه درخصوص روستاها، شکل‌گیری اقتصادی با برند غیرروستایی و مشابه با الگوهای تقاضامحور زندگی شهری است (پوراحمد، ۱۳۸۹، ص. ۲٤).

۵. یافته‌های تحقیق

از لحاظ ویژگی سنی افراد، عمده پاسخ‌گویان در گروه سنی ۳۰-۳۹ سال با فراوانی ۷۷ نفر (۲۷/۳ درصد) قرار داشتند و به لحاظ جنسیت، مردان ۱۳۹ نفر (٤٧/۲ درصد) و زنان ۱۵۷ نفر را (۵۲/۸ درصد) تشکیل دادند. همچنین در متغیر تحصیلات، پاسخگویان با تحصیلات ابتدایی و راهنمایی به‌ترتیب با ۲۵/۹ و ٤٤ درصد بیشترین پرسش‌شوندگان را در بر گرفتند.

۵. ۱. مقایسه میانگین تغییرات ابعاد سه‌گانه هویت اجتماعی

همان‌طورکه جدول ۵ نشان می‌دهد، تحلیل داده‌های گردآوری‌شده از طریق پرسش‌نامه و از دیدگاه پاسخ‌گویان براساس آزمون t دونمونه‌ای، مبین زیادبودن تأثیر ابعاد هویت اجتماعی در روستاها است؛ بنابراین با احتساب دامنه طیفی ابعاد هویت اجتماعی که بین ۱ تا ۵ براساس طیف لیکرت در نوسان است، این میزان برای تمامی ابعاد بیشتر از شرایط مطلوب (۳) ارزیابی شده است و تفاوت معناداری آن نیز برای همه شاخص‌ها کاملاً معنادار است؛ به‌طوری‌که ابعاد هویت اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و هویت مکانی-فضایی هرکدام به‌ترتیب با میانگین‌های ۳/۸۸، ۳/۰۷ و ۳/۰۵، بیشترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند؛ به‌عبارتی، در تمامی این ابعاد هویت، تغییراتی بیشتر از حد متوسط (میان ارزش ۳) رخ داده است.

جدول ۵. مقایسه میانگین‌های ابعاد هویت اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

ابعاد	میانگین	انحراف معیار	آماره T	درجه آزادی	معناداری	اختلاف از میانگین	Confidence Interval of the Difference	
							Lower	Upper
هویت مکانی-فضایی	۳/۰۵۵۰	۰/۳۷۱	۲/٤۸۳	۲۸۱	۰/۰۱٤	۰/۰۵٤۹	۰/۰۱۱٤	۰/۰۹۸۵
هویت اجتماعی-فرهنگی	۳/۰۷٦٤	۰/٤۷۳	۲/۷۱۲	۲۸۱	۰/۰۰۷	۰/۰۷٦٤	۰/۰۲۰۹	۰/۱۳۱۹
هویت اقتصادی	۳/۸۸۵۰	۰/۵۳۰	-۲/٦٤۲	۲۸۱	۰/۰۰۰	-۰/۱۱٤۹	-۰/۱۷۷۱	-۰/۰۵۲۸
هویت	۳/۰٦٤۸	۰/۳۵۷	۳/۰٤۷	۲۸۱	۰/۰۰۳	۰/۰٦٤۷	۰/۰۲۲۹	۰/۱۰٦٦

۵. ۲. مقایسه میانگین دسترسی و کاربرد ابزار مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات

برای بررسی مقایسه میانگین دسترسی و کاربرد ابزار مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات، چهار ابزار تلویزیون، اینترنت، ماهواره و تلفن در نظر گرفته شده است. جدول ٦ نشان می‌دهد که میانگین کاربرد و دسترسی به تلویزیون بیشتر از حد میانه (۳) بوده و در بقیه ابزارها کمتر از حد میانی مدنظر بوده است؛ بنابراین می‌توان اظهار کرد که کاربرد و دسترسی به تلویزیون با میزان میانگین ۳/۰۸۰ بیشترین و اینترنت کمترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند که این نشان می‌دهد بعد تلویزیون در مقایسه با دیگر ابعاد بیشترین تأثیرات را به دنبال داشته است.

جدول ٦. مقایسه میانگین‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

ابعاد	میانگین	انحراف معیار	آماره T	درجه آزادی	معناداری	اختلاف از میانگین	Confidence Interval of the Difference	
							Lower	Upper
تلویزیون	۳/۰۸۰٦	۰/٦۵۰	۲/۰۸۳	۲۸۱	۰/۰۳۸	۰/۰۸۰٦	۰/۰۰٤٤	۰/۱۵٦۸
اینترنت	۱/٦۹٦۲	۰/۷٤٤	−۲۹/٤۱۱	۲۸۱	۰/۰۰۰	−۱/۳۰۳۸	−۱/۳۹۱۱	−۱/۲۱٦٦
ماهواره	۱/۷٦۳۹	۰/۹۳۸	−۲۲/۱۱۷	۲۸۱	۰/۰۰۰	−۱/۲۳٦۰	−۱/۳٤٦۱	−۱/۱۲٦۱
تلفن	۲/۱۲۸۱	۰/۷۳۰	−۲۰/۰۳۰	۲۸۱	۰/۰۰۰	−۰/۸۷۱۸	−۰/۹۵۷٦	−۰/۷۸٦۲
فناوری اطلاعات	۲/۲٤۸۸	۰/٦۹۸	−۱۸/۰۵۸	۲۸۱	۰/۰۰۰	−۰/۷۵۱۲	−۰/۸۳۳۱	−۰/٦٦۹۳

۵. ۳. بررسی رابطه بین دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات و تغییر هویت اجتماعی

در گام بعدی برای سنجش ارتباط بین فناوری اطلاعات و ارتباطات با تغییر ابعاد سه‌گانه هویت اجتماعی از آزمون همبستگی استفاده شد.

۵. ۳. ۱. بررسی رابطه متغیر فناوری اطلاعات با بعد مکانی-فضایی تغییر هویت اجتماعی

با توجه به نوع داده‌ها، برای بررسی رابطه بین این متغیر و شاخص‌های هویت مکانی-فضایی از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که تعلق مکانی با آماره اسپیرمن ۰/۰۲٦، کالبد و معماری با آماره اسپیرمن ۰/۱۸٦ و متغیر هویت مکانی-فضایی با آماره اسپیرمن ۰/۱۱۹ با فناوری اطلاعات دارای رابطه‌ای مستقیم با شدتی خیلی ضعیف تا ضعیف است.

همچنین بین کاربری اراضی و فناوری اطلاعات با آماره اسپیرمن ۰/۰۸۲- با فناوری اطلاعات دارای رابطه‌ای عکس با شدتی خیلی ضعیف است. با توجه به سطع معناداری به‌دست‌آمده، شاخص کالبدی و معماری با سطح معناداری ۰/۰۲ دارای رابطه معناداری با متغیر فناوری اطلاعات است؛ بر این اساس می‌توان گفت، بخشی از تغییرات هویتی مکانی-فضایی رخ‌داده در این منطقه منتج از توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تحت‌تأثیر آن بوده است.

جدول ۷. نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن بین فناوری اطلاعات با بعد مکانی-فضایی تغییر هویت اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

مستقل	فناوری اطلاعات	
وابسته	مقدار آماره اسپیرمن	سطح معناداری
تعلق مکانی	۰/۰۲٦	۰/٦٦۷
کالبد و معماری	۰/۱۸٦	۰/۰۰۲
کاربری اراضی	-۰/۰۸۲	۰/۱۷۰

۵. ۳. ۲. بررسی رابطه متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات با بعد اجتماعی-فرهنگی تغییر هویت اجتماعی

در بررسی رابطه بین متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات با بعد اجتماعی هویت، نتایج آزمون بستگی اسپیرمن بیانگر این است که هویت اجتماعی فردی با آماره اسپیرمن ۰/۱۰۱، هویت اجتماعی گروهی با آماره اسپیرمن ۰/۲۰۱ و متغیر هویت اجتماعی با آماره اسپیرمن ۰/۲۱٦ با فناوری اطلاعات دارای رابطه‌ای مستقیم با شدتی ضعیف است. از سویی در شاخص هویت اجتماعی فردی میزان معناداری آن بیشتر از ۰/۰۵ است که فرضیه صفر مبنی بر نبود رابطه خطی بین دو شاخص تأیید می‌شود. نتایج تأیید می‌کند که بخشی از تغییرات هویت فردی و گروهی در اجتماعات روستایی مطالعه‌شده تحت‌تأثیر توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی بوده است.

جدول ۸. نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن بین فناوری اطلاعات با بعد اجتماعی-فرهنگی تغییر هویت اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

ضریب همبستگی اسپیرمن	مستقل / وابسته	فناوری اطلاعات	
		مقدار آماره اسپیرمن	**سطح معنی داری**
	هویت اجتماعی فردی	۰/۱۰۱	۰/۰۸۹
	هویت اجتماعی گروهی	۰/۲۰۱	۰/۰۰۱
	بعد اجتماعی-فرهنگی هویت	۰/۲۱۶	۰/۰۰۰

۵. ۳. ۳. بررسی رابطه متغیر فناوری اطلاعات با بعد اقتصادی تغییر هویت اجتماعی

در بررسی رابطه بین متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات و بعد اقتصادی هویت با آزمون همبستگی اسپیرمن، نتایج بیانگر این است که سطح معناداری بعد اقتصادی هویت بیشتر از ۰/۰۵ است که فرضیه صفر مبنی بر نبود رابطه خطی بین دو شاخص تأیید می‌شود. در این خصوص دسترسی و کارکرد به فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی هیچ رابطه‌ای با تغییرات اقتصادی هویت در منطقه موردمطالعه نداشته است.

جدول ۹. نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن بین فناوری اطلاعات با بعد اقتصادی تغییر هویت اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

مستقل / وابسته	فناوری اطلاعات	
تغییر اقتصادی	مقدار آماره اسپیرمن	سطح معناداری
جهانی‌سازی اقتصاد	۰/۰۹۳	۰/۱۱۹
بعد اقتصادی هویت	-۰/۰۳۷	۰/۵۳٤
بعد اقتصادی هویت	۰/۰٦۷	۰/۲٦۲

درمجموع نتایج آزمون بیانگر این است که رابطه بین دو متغیر هویت اجتماعی با فناوری اطلاعات و ارتباطات با آماره ۰/۲۰۱ رابطه‌ای مستقیم با شدتی ضعیف است؛ یعنی تغییرات

هویت اجتماعی را تا اندازه محدودی می‌توان ناشی از توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در منطقه مطالعه‌شده دانست.

جدول ۱۰. نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن بین فناوری اطلاعات با بعد هویت اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

مستقل / وابسته	فناوری اطاعات	
	مقدار آماره اسپیرمن	سطح معناداری
هویت اجتماعی روستاییان	۰/۲۰۱	۰/۰۰۲

۵. ۳. ٤. مقایسه دیدگاه زنان و مردان روستایی در رابطه با دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات

در گام بعد، برای بررسی اختلاف میانگین دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در دو گروه زن و مرد با توجه به نرمال نبودن متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات، از آزمون یومن ویتنی استفاده شد. نتایج آزمون نشان می‌دهد که اختلاف معناداری بین نظر زنان و مردان وجود دارد. طبق نتایج آزمون یومن ویتنی، زنان با میانگین ۱٥٦/۳۷، دارای رتبه‌ای بالاتری در مقایسه با مردان با میانگین رتبه‌ای ۱۲٤/٦۰ هستند. با توجه به میزان معناداری کمتر از ۰/۰٥، وجود اختلاف میانگین بین نظر دو گروه زنان و مردان تأیید می‌شود که تمایل بیشتر زنان برای استفاده از این فناوری‌ها در گذران اوقات فراغت، تغییر نوع پوشش، تغییر شیوه‌های الگوهای مصرفی و تغییر الگو و سبک معماری مهم‌ترین دلایل آن بوده‌اند.

جدول ۱۱. مقایسه دیدگاه زنان و مردان درخصوص کاربرد و دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

جنسیت		N	میانگین رتبه‌ای	Mann-Whitney U	آمارهZ	میزان معناداری
دسترسی به فناوری اطلاعات	مرد	۱۳٦	۱۲٤/٦۰	۷٦٦۹/٥۰	۳/۲٦٤-	۰/۰۰۱
	زن	۱٦۰	۱٥٦/۳۷			

۵. ۳. ۵. مقایسه دیدگاه زنان و مردان در رابطه با تغییر هویت اجتماعی

برای بررسی مقایسه دیدگاه زنان و مردان در رابطه با تأثیر شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تغییر هویت اجتماعی از آزمون تی دو نمونه مستقل استفاده شد. برای انجام آزمون تی دو گروه مستقل، ابتدا لازم است برابری واریانس‌ها به کمک آزمون لون[1] بررسی شود. با توجه به جدول ۱۲، سطح معناداری آزمون لون، در مواردی که Sig >0.05 باشد، آزمون تی با فرض برابری واریانس‌ها و در سایر موارد آزمون تی با فرض نبود برابری واریانس انجام می‌گیرد. متغیر بعد اجتماعی–فرهنگی برای زنان میانگین ۳/۰۸ و مردان میانگین ۲/۹۳، بعد مکانی—فضایی برای مردان میانگین ۳/۰٦ و برای زنان میانگین ۳/۰۵ و بعد هویت اجتماعی برای مردان میانگین ۳/۰۰ و برای زنان میانگین۳/۱۲ را نشان می‌دهد که این نشان از این دارد که زنان بیشتر تحت‌تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات قرار دارند. از دلایل آن می‌توان گفت زنان به دلیل نداشتن شغل، اوقات فراغت و سرگرمی و... بیشتر از فناوری اطلاعات و ارتباطات استفاده می‌کنند.

جدول ۱۲. نتایج مقایسه زنان و مردان در رابطه با تأثیر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات بر تغییر هویت اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

شاخص	جنسیت	آماره‌های توصیفی		آزمون لون		آزمون تی برای برابری میانگین‌ها		
		میانگین	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
بعد مکانی–فضایی	مرد	۳/۰٦	۰/۳٦	۰/۷٤	۰/۳۹	۰/۰۵	۲۸۰/۰۰	۰/۹٦
	زن	۳/۰۵	۰/۳۹					
بعد اجتماعی–فرهنگی	مرد	۲/۹۳	۰/۳۸	٤/٤۳	۰/۰٤	–۳/۰۰	۲۷۷/٥٤	۰/۰۰
	زن	۳/۰۸	۰/٤۸					
تغییر هویت اجتماعی	مرد	۳/۰۰	۰/۳۵	۰/۰٦	۰/۸۰۵	–۲/۷۷-	۲۸۰/۰۰	۰/۰۱
	زن	۳/۱۲	۰/۳۵					

برای بررسی اختلاف میانگین بعد اقتصادی تغییر هویت اجتماعی در دو گروه زن و مرد با توجه به نرمال نبودن از آزمون یومن ویتنی استفاده شد. نتایج آزمون نشان می‌دهد که اختلاف

1. Levene

معناداری بین نظر زنان و مردان وجود ندارد. طبق نتایج آزمون یومن ویتنی، زنان دارای میانگین رتبه‌ای بالاتری در مقایسه با مردان هستند و با توجه به میزان معناداری بیشتر از ۰/۰۵، اختلاف میانگین بین نظر دو گروه زنان و مردان تأیید نمی‌شود.

جدول ۱۳. نتایج مقایسه زنان و مردان در رابطه با تأثیر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات بر بعد اقتصادی هویت اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

جنسیت		N	میانگین رتبه‌ای	Mann-Whitney U	آمارهZ	میزان معناداری
بعد اقتصادی	مرد	۱۳۶	۱۳۴/۶۹	۹۰۰۱/۵	−۱/۳۹	۰/۱۶۹
	زن	۱۶۰	۱۴۷/۴۹			

۵. ۳. ۶. مقایسه میزان تغییر هویت اجتماعی در گروه سنی

برای بررسی اختلاف میانگین متغیر هویت اجتماعی در دو گروه کمتر و بیشتر از میانگین سنی (۳۹/۵ سال)، با توجه به نرمال نبودن متغیر فناوری اطلاعات از آزمون تی دو نمونه مستقل استفاده شد. برای انجام آزمون تی دو گروه مستقل، ابتدا لازم است برابری واریانس‌ها به کمک آزمون لون بررسی شود. با توجه به جدول ۱۴، سطح معناداری آزمون لون در مواردی که Sig >0.05 باشد، آزمون تی با فرض برابری واریانس‌ها و در سایر موارد آزمون تی با فرض نبود برابری واریانس انجام می‌گیرد. همان‌طورکه مشاهده می‌شود، درمورد شاخص هویت اجتماعی فرض برابری واریانس در نظر گرفته شده است؛ بنابراین متغیر هویت اجتماعی با میزان معناداری ۰/۴۷۶ که بیشتر از ۰/۰۵ است، بیانگر نبود تفاوت در بین این دو گروه است و قابلیت تعمیم به کل جامعه را ندارد.

جدول ١٤. نتایج مقایسه میانگین دیدگاه افراد جوان و افراد مسن در رابطه با هویت اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ١٣٩٧

شاخص	سن	آماره‌های توصیفی		آزمون لون		آزمون تی برای برابری میانگین‌ها		
		میانگین	انحراف معیار	آماره	سطح معناداری	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
بعد مکانی- فضایی	کمتر از میانگین	٣/٠٤	٠/٣٦	١/٧٤٥	٠/١٨٨	٠/٧٤٦	٢٩٥	٠/٤٥٦
	بیشتر از میانگین	٣/٠٧	٠/٣٨					
بعد اجتماعی- فرهنگی	کمتر از میانگین	٢/٩٩	٠/٤٦	٠/٦٦٤	٠/٤١٦	-٠/٦٢٤	٢٩٥	٠/٥٣٣
	بیشتر از میانگین	٣/٠٣	٠/٤٢					
تغییر هویت اجتماعی	کمتر از میانگین	٣/٠٧	٠/٣٥٣	٠/٦٣٨	٠/٤٢٥	٠/٧١١	٢٩٥	٠/٤٧٦
	بیشتر از میانگین	٣/٠٤	٠/٣٦٠					

۵. ۳. ۷. سنجش فرایند اثرگذاری هریک از ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی با استفاده از روش تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر

در این بخش از تحقیق سعی شد میزان تأثیرات ناشی از هریک از ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاهای موردمطالعه از طریق رگرسیون و تحلیل مسیر سنجش شود. بررسی مدل برازش رگرسیونی نشان‌دهنده تأثیر مثبت فناوری اطلاعات و ارتباطات به میزان ٠/٥٠٥ است و متغیرها توانستند تغییرات هویت اجتماعی در محدوده موردمطالعه را تبیین کنند.

جدول ١٥. تحلیل رگرسیون اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاییان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ١٣٩٧

اشتباه معیار	ضریب تعیین تصحیح‌شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی چندگانه
٠/٢٦٠٢٩	٠/٢٤٢	٠/٢٢٥	٠/٥٠٥

با استفاده از مدل رگرسیونی چندگانه توأم نقش شاخص تأثیرگذار فناوری اطلاعات و ارتباطات در روستاهای موردمطالعه مشخص شد. به‌طوری‌که نتایج حکایت از آن دارد که همه شاخص‌ها (تلویزیون، ماهواره، اینترنت، تلفن همراه) کاملاً معنادار است (جدول ١٥).

جدول ١٦. تحلیل رگرسیون مبتنی بر وجود رابطه خطی بین میزان اثرگذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاییان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

مؤلفه‌ها	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F آماره آزمون	سطح معناداری
اثر رگرسیونی	٥/٦٤٧	٤	۱/٤۱۲	۲۰/۸۳۹	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	١٦/٥٣١	٢٤٤	۰/۰٦۸		
کل	۲۲/۱۷۸	٢٤٨			

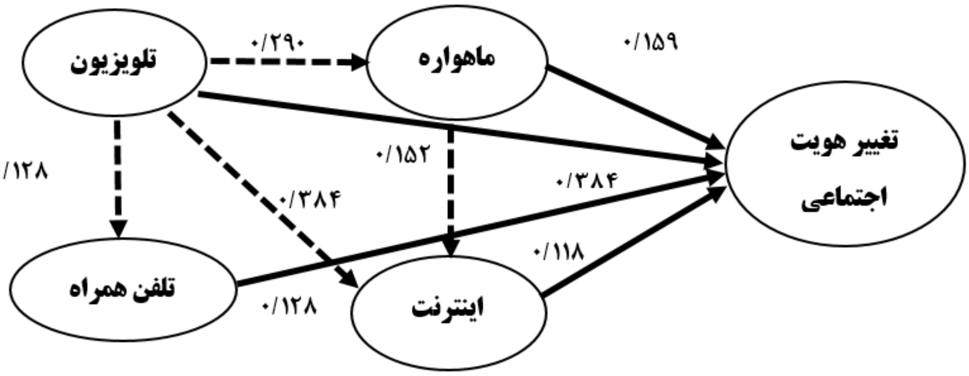
در جدول ۱۷، مقادیر B بیانگر این واقعیت است که از بین شاخص‌های چهارگانه بررسی‌شده، تلویزیون با میزان ۰/۳۸٤ دارای بیشترین تأثیرات و شاخص اینترنت با میزان ۰/۱۱۸ کمترین تأثیر را بر میزان تغییر هویت اجتماعی در بین پاسخ‌گویان دارد که اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق دارای این پدیده را نشان می‌دهد.

جدول ۱۷. ضرایب شدت روابط شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

شاخص‌ها	B	خطای B	بتا ß	T	سطح معناداری
عرض از مبدأ	۰/۷٤۱	۰/۳۱۷	–	۲/۳۳۵	۰/۰۲۰
تلویزیون	۰/۲۸۸	۰/۰٤٤	۰/۳۸٤	٦/٤٩٤	۰/۰۰۰
ماهواره	۰/۲۰۱	۰/۰۷٤	۰/۱۵۹	۲/۷۱۹	۰/۰۰۷
اینترنت	۰/۱۵۷	۰/۰٦٩	۰/۱۱۸	۲/۲۸۸	۰/۰۲۳
تلفن همراه	۰/۱۱۵	۰/۰۵۵	۰/۱۲۸	۲/۰۹۵	۰/۰۳۷

در ادامه تحقیق بعد از اینکه رابطه میان شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و هویت اجتماعی به دست آمد، به بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تغییرات هویت اجتماعی با استفاده از آزمون تحلیل مسیر پرداخته شد که درنهایت میزان و نوع تأثیر (مستقیم و غیرمستقیم) هریک از متغیرهای مستقل و وابسته نشان داده شده است (شکل ۲).



شکل ۲. اثرات مستقیم و غیرمستقیم هریک از ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاهای موردمطالعه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

٦. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

جامعه روستایی به‌عنوان یک اجتماع محلی که تاکنون در طول تاریخ به‌صورت نسل‌به‌نسل و سینه‌به‌سینه به هویت‌سازی اجتماعی مستقلی با عنوان هویت روستایی رسیده است، در شرایط موجود به‌واسطه توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و ورود ارزش‌های هویتی غیربومی، تعارض در هویت اجتماعی را تجربه می‌کند. ابعاد و اجزای بسیاری شکل‌دهنده ارزش‌های روستانشینی و روستاگرایانه هویت اجتماعی روستایی هستند که تحت‌تأثیر عوامل بسیاری می‌تواند دگرگون شود و توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی یکی از این ابزارهای گسترش ارزش‌های جهانی شده و همگون و کاهش ارزش‌های هویتی بومی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و مکانی–فضایی است؛ بنابراین به بررسی این ارتباط و سنجش تأثیرگذاری دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات بر تغییر هویت اجتماعی، پرداخته شد. نتایج نشان داد که ضمن رخداد تغییرات ابعاد هویت اجتماعی بیشتر از حد متوسط (ارزش ۳)، بین دیدگاه زنان و مردان در زمینه‌های دسترسی به فناوری اطلاعات، تغییر مکانی–فضایی هویت اجتماعی و میزان آگاهی و کاربرد فناوری اطلاعات تفاوت معنادار وجود دارد و ثابت شد که تفاوت معناداری در دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات در بین افراد جوان و افراد مسن وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از این آزمون‌ها نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معناداری بین شاخص دسترسی به

فناوری اطلاعات با شاخص‌های کالبد و معماری، بعد هویت مکانی- فضایی، هویت اجتماعی گروهی، بعد اجتماعی و فرهنگی هویت، متغیر هویت اجتماعی روستاییان و تمام شاخص‌های کاربرد فناوری اطلاعات وجود دارد. در زمینه مقایسه دیدگاه زنان و مردان هم می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین دو گروه زن و مرد در دسترسی به فناوری اطلاعات، بعد اجتماعی و فرهنگی و متغیر تغییر هویت اجتماعی روستاییان وجود دارد. همچنین تفاوت معنادار بین دو گروه سنی بیشتر و کمتر از میانگین سنی در شاخص‌های دسترسی به فناوری اطلاعات و کاربرد فناوری اطلاعات وجود دارد؛ بنابراین یافته‌های این تحقیق را می‌توان با تحقیقات دیگران ازجمله رفیعی کته‌تلخ (۱۳۸۹)، عزمی و قدیری‌معصوم (۱۳۸۹)، کوهی و حسنی (۱۳۹۱)، اشمیت (۲۰۰٤) و نچ و لژون (۲۰۱۰) مقایسه کرد که مؤید این تأثیر است که نشان داده است تأثیرگذاری زیاد فضای مجازی شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت و تلویزیون، سبب تغییراتی در هویت دینی جوانان روستایی، قومی، خانوادگی و حتی تغییرات آموزشی در جغرافیای زیست‌اجتماعی روستاها شده است که تاحدودی با پژوهش حاضر همسوست. به‌طورکلی می‌توان بیان کرد که توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در منطقه موردمطالعه در تغییر هویت اجتماعی روستاییان نقش داشته است؛ بنابراین برای کاهش اثرات منفی و ارتقای تأثیرات مثبت این شرایط، پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

- بالا بردن سطح دانش و آگاهی خود درباره فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق شرکت در کلاس‌های آموزشی مرتبط با این فناوری‌ها؛
- راه‌اندازی کانال و سایت در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی و معرفی محصولات، صنایع دستی و جاذبه‌های گردشگری در روستا؛
- ایجاد بازارهای محلی و تبلیغ این بازارها از طریق فناوری‌هایی چون شبکه‌های اجتماعی و اینترنت؛
- فرهنگ‌سازی و بومی‌سازی از طریق تشویق و ترغیب روستاییان به حفظ آداب و سنن و رسوم موجود در روستا و هشدار در رابطه با اثرات سوئی که ممکن است استفاده نابجا از فناوری‌ها در جوامع روستایی بگذارد و باعث بحران هویت و تغییر هویت اجتماعی در روستاها شود؛

- معرفی روستاها از طریق برنامه‌های تلوزیونی، گزارش یا مستند باعث ترویج گردشگری به این فضاها و تشویق روستاییان برای حفظ این ارزش‌ها شود؛
- بهبود و توسعه زیرساخت‌های فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی؛
- تأمین دسترسی نسبی فراگیر این فناوری‌ها و از بین بردن شکاف دیجیتالی بین شهر و روستا و نیز روستاهای منطقه.

کتابنامه

۱. آشنا، ح.، و روحانی، م.ر. (۱۳۸۹). هویت فرهنگی ایرانیان از رویکردهای نظری تا مولفه‌های بنیادی. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۳ (٤)، ۱۵۷–۱۸٤.

۲. امین زاده، ب. (۱۳۸۹). ارزیابی زیبایی و هویت مکان. *هنر و معماری نشریه هویت شهر*، ۵(۷)، ۳–۱٤.

۳. بذرافشان، ج.، و رفیعی کته تلخ، ع. (۱۳۹۲). بررسی تصویر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ تربت حیدریه). *مطالعات روانشناسی تربیتی*، ۱۰(۱۷)، ۲۲–۱.

۴. پوراحمد، ا. (۱۳۸۹). جهانی شدن وتاثیر آن برساختار اجتماعی اقتصادی و کالبدی شهرهای اسلامی. *فصلنامه اطلاعات جغرافیایی (سپهر)*، ۱۹(۷۵)، ۲۷–۲۲.

۵. پورمند، ح.ع.، و ریخته گران، م.ر. (۱۳۸۵). حقیقت مکان و فضای معماری. *مطالعات هنر اسلامی تهران*، ۲(٤)، ٦۰–٤۳.

۶. تاجیک، م.ر. (۱۳۸٤). *روایت غیرت و هویت در میان ایرانیان*. چاپ اول. تهران: انتشارات فرهنگ گفتمان.

۷. جوان فروزنده، ع.، و مطلبی، ق. (۱۳۹۰). مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن. *هویت شهر*، ۵(۸)، ۳۷–۲۷.

۸. جینکینز، ر. (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه تورج یاراحمدی. چاپ اول. تهران: نشر شیرازه.

۹. حسینی ابری، س.ح. (۱۳۸۰). *مدخلی بر جغرافیای روستایی ایران*. چاپ دوم. اصفهان: دانشگاه اصفهان.

۱۰. خواجه نوری، ب.، کریمی، م.، و خجسته، س. (۱۳۹٤). بررسی رابطه فرایند جهانی شدن فرهنگی و هویت مذهبی در ایران (مطالعه موردی: گروه‌های قومی لُر شهر نورآبادی ممسنی و عرب شهر کنگان و توابع). *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ٦(۱)، ٤٥-۲۳.

۱۱. ربانی، ر. (۱۳۸۱). *جامعه شناسی شهری*. چاپ اول. اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان.

۱۲. رفیعی کته تلخ، ع. (۱۳۸۹). *تحلیل تاثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ شهرستان تربت حیدریه)* (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه سیستان و بلوچستان، سیستان و بلوچستان، ایران.

۱۳. روح الامین، م. (۱۳۸٦). *زمینه فرهنگ شناسی*. چاپ اول. تهران: انتشارات عطار.

۱۴. زارعی، ب.، و مرآتی، ا. (۱۳۸۷). ارائه چارچوب معماری زنجیره تامین محصولات بر پایه زیرساخت ICT روستایی. *فصلنامه مدرس علوم انسانی*، ۱۲(٤)، ۱۹۷-۱۷۷.

۱۵. زراعی، م. (۱۳۹۳). *بررسی سطح موفقیت مراکز فناوری اطلاعات و ارتباطات روستایی و تحلیل عوامل موثر بر آن در استان همدان* (پایان نامه کارشناسی). دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

۱۶. زندیه، م.، و سامه، ا. (۱۳۸۸). خاطره، هویت، منظر نقش عناصر منظر در تشکیل هویت شهر. *هنر و معماری: منظر*، ۱(۳)، ۸۷-۷۸.

۱۷. سادات حبیبی، ر. (۱۳۸۷). تصویرهای ذهنی و مکان. *نشریه هنرهای زیبا*، ۳۵، ۵۰-۳۹.

۱۸. سیاوش پور، ب.، شادلو جهرمی، م.، و مولایی رامشه، ز. (۱۳۹۳). ابعاد تشکیل دهنده حس تعلق به مکان، با تأکید بر عوامل کالبدی، اجتماعی و احساسی (ادراک وشناخت). *ششمین کنفرانس ملی و برنامه‌ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه‌های شهرهای اسلامی*، مشهد، ایران، شورای اسلامی شهر مشهد، ۱۲-۱.

19. http://188.136.162.30:7879//dL/search/default.aspx?Term=217&Field=0&DTC=6

۲۰. سیفی آتشگاه، ح. (۱۳۸۸). *تأثیر جهانی شدن فرهنگی بر فرهنگ‌های بومی ایران و ژاپن*. چاپ دوم. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

۲۱. شکرخواه، ی. (۱۳۷۹). *تکنولوژی های ارتباطی و جامعه اطلاعاتی*. چاپ اول. تهران: انتشارات انوشه.

۲۲. صیدایی، س. ا.، و هدایتی‌مقدم، ز. (۱۳۹۱). ارزیابی نقش دفاتر اطلاعات و ارتباطات روستایی در ارائه خدمات به نواحی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای سین، مهرگان، مدیسه و کبوترآباد در استان اصفهان). *مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، ۲۳(۱)، ۱٤٦-۱۲۹.

۲۳. عزمی، آ.، و قدیری معصوم، م. (۱۳۸۹). اثرات مثبت و منفی فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه روستایی. *فصلنامه سپهر (سازمان جغرافیایی)*، ۱۹(۷۳)، ٤۱-۳٤.

۲۴. کوهی، ک.، و حسنی، م.ر. (۱۳۹۱). رابطه استفاده از رسانه های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان١٤ تا ۲۹ ساله شهر تبریز. *مجله پژوهش های ارتباطی*، ۱۷(۷۲)، ۱۳۰-۱۰۹.

۲۵. لطیفی، غ.ر.، و دبیری، ع. (۱۳۸۹). شهر مجازی و هویت شهری. *ماهنامه کتاب ماه علوم اجتماعی*، ١٤(٦۳)، ۷٤-۷۹.

۲۶. نوابخش، ف.، خادم، ر.، و ارام، ه. (۱۳۹۲). اینترنت و هویت اجتماعی. *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۵(۲)، ٥٤-۳۷.

۲۷. الهی، م. (۱۳۸۹). لباس به مثابه هویت. *فصلنامه مطالعات ملی*،۱۱(۲)،۳۰-۳.

۲۸. ابراهیمی، م. (۱۳۹٦). *بررسی هویت محله ای و عوامل موثر بر آن در بافت جدید و قدیم (مناطق قاسم آباد و ثامن شهرستان مشهد)* (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۲۹. قنبران، ع.ا.، و جعفری، م. (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر بر ارتقای تعامل اجتماعی در میان ساکنان محله مسکونی (محله درکه تهران). *مجله انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران*، ۷، ٥۷-٦٤.

۳۰. پیران، پ. (۱۳۸٤). مباحث کاربردی: پیامدها و واکنش های اشکار ناشی از بحران ها و تهدیدهای اجتماعی. *رفاه اجتماعی*، ١٦، ۷٥-۱۰٤.

۳۱. مدنی پور، ع. (۱۳۷۹). *طراحی فضای شهری، نگرشی بر فرایندی اجتماعی و مکانی*. تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.

۳۲. بهزاد فر، م.، و طهماسبی، ا. (۱۳۹۲). شناسایی و ارزیابی مولفه‌های تاثیرگذار بر تعاملات اجتماعی. *مجله باغ نظر*، ۲۵(۱۰)، ۱۷-۲۸.

33. Arayesh. B., Sharifi. M., & Porsaied. A. (2013) Study of role of Information and Communication Technology (ICT) in rural social-cultural development (A case Study, Ilam, Iran), World of Sciences Journal, www.engineerspress.com

34. Kumar, R., & Best, M. L. (2006). Impact and sustainability of e-government services in developing countries: Lessons learned from tamil nadu, india. *The Information Society*, 22 (1), 1-12.

35. Meng, C. C., Samah, B. A., & Omar, S. Z. (2012). A review paper: Critical factors affecting the development of ict projects in malaysia. *Asian Social Science*, 9 (4), 42-50.

36. Nach, H., & Lejeune, A. (2010). Coping with Information Technology Challenges to Identity: A Theoretical Framework. *Computers in Human Behaviors*, 26, 618-629.
37. Nach, H., & Lejeune, A. (2009). The Impact of Information Technology on Identity: Framing the Research Agenda, ln the Proceedings of Ihe Administrative Sciences Association of Canada (ASAC) Conference, 6-9 June, Niagara Falls, Ontari, 1-20.
38. Siriginidi, S. R. (2008). Social development in Indian rural communities: Adoption of telecentres. *International Journal of Information Management*, 28(6), 474-482.
39. Terry, A. & Gomez, R. (2010). Gender and Public Access Computing: An International Perspective. *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, 43(5), 1-17.